

# Creative Leipzig?

**Ihre blühende Subkultur- und Kreativlandschaft könnte die Stadt zu einem Vorreiter im Wachstumsmarkt »Kreative Wissensökonomie« machen. Doch dafür ist ein offenes, tolerantes Umfeld nötig. Von Bastian Lange**

Kreatives Wissen ist der Rohstoff für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit der Städte in Europa. Laut dem US-amerikanischen Regionalökonom Richard Florida bestimmen die drei »Ts« Toleranz, Talent, Technologie maßgeblich, ob sich Städte in Europa erfolgreich positionieren können. Die These behauptet, dass die Leute nicht dahin gehen, wo die Jobs sind, sondern die Jobs dahin gehen, wo die innovativen, kreativen Menschen sind – und damit die sich entfalten können, brauchen sie ein tolerantes, offenes Umfeld.

Alles paletti also in Leipzig? Ihre blühende Subkultur- und Kreativlandschaft könnte die Stadt zu einem Vorreiter machen. Legt man

noch Irritationen aus: Alles, was mit »Kreativität« zu tun hat, gilt als wenig angepasst, wenig dauerhaft, wenig substanzvoll und wenig greifbar. Dieses Verständnis basiert auf der Figur des Künstlers, nicht selten des Spinners. Den Fachverwaltungen fehlt Orientierungswissen, wie diese kleinteiligen Ideenökonomien und ihre Märkte funktionieren und wie passende Beförderungsstrategien aussehen.

Während es die städtische Wirtschaftsförderung im Industriezeitalter mit einem Unternehmer zu tun hatte, der 1.000 Mitarbeiter repräsentierte, hat es die städtische Wirtschaftsförderung heute mit 1.000 Unternehmen zu tun, die eben entweder nur sich selbst repräsentie-

renzen, die Stadt beginnt sich zu unterscheiden, wird auf der europäischen Landkarte sichtbar – und somit attraktiv für Akteure, die vor der Frage stehen, ob man sich in einer Stadt verwirklichen, ob man (Arbeits- und Denk-)Räume für das eigene unternehmerische Vorhaben erschließen kann.

Die »Leipziger Freiheit« könnte weiterhin der richtige Schlüssel sein, um Kreativen die Freiräume zu geben, die sie brauchen. Kreativwirtschaft ist, mehr als andere Handlungsfelder, nur ressortübergreifend zu entwickeln. Kulturpolitik und Wirtschaftsförderung müssen sich daher auf neue Verfahren der Beförderung einer kleinteiligen, aber wir-

## Kulturpolitik und Wirtschaftsförderung müssen sich auf neue Verfahren der Beförderung einer kleinteiligen, aber wirkungsmächtigen Ökonomie verständigen – und dabei finanzielle Ressourcen mobilisieren

eine sicherlich breite Definition dafür an, wer nun in kreativen Tätigkeitsfeldern arbeitet, wie sie aber nun einmal im internationalen Vergleich angewandt wird, stellt die kreative Wissensökonomie einen Wachstumsmarkt auch in Leipzig dar: Hier existieren knapp 60.000 Jobs in den privaten wie öffentlichen Sektoren. Seit dem Jahr 2000 wurden zudem mehr als 7.000 neue Jobs geschaffen, auch die Umsätze in den Branchen von – zum Beispiel – Design, Medien, Architektur, Film, Radio, TV, Kunst, Games Industry, Werbung, Finanzwesen, aber auch Forschung und Entwicklung haben seitdem um 15 Prozent zugelegt.

Die Probleme beginnen dann, wenn die Stadt folgerichtig diese neuen kreativen Ökonomien befördern will. Gerade im Kernbereich kreative Tätigkeitsfelder lösen bei der Stadtpolitik immer

ren oder ein, zwei Mitarbeiter. Da diese Mikro-unternehmer zudem einen globalen Aktionsradius haben und gleichwohl eine notwendige Einbindung in lokale Milieus und Szenen brauchen, sind sie kaum dingfest zu machen. Und die Wirtschaftsförderung will eben lokal ansässige Unternehmen befördern.

Und nicht nur die Dauer der Beschäftigung ist oft kurzfristig; die Kreativen wollen auch ihren sozialen Status als Spezialisten für das Ungewöhnliche, Unerwartete und Neue aufrechterhalten, ringen also um Autonomie und Exklusivität. Subventionsmentalitäten lähmen da nur, schaffen Abhängigkeiten, so dass eine direkte Beförderung schwierig oder gar unmöglich wird.

Umso wichtiger werden daher die Images einer Stadt, ihre institutionelle Offenheit. In kreativen Atmosphären entfalten sich Diffe-

kungsmächtigen Ökonomie verständigen – und dabei neue finanzielle Ressourcen mobilisieren.

Der kreative Ausgangshumus ist ideal. Die Stadt kann stolz darauf sein, was diese Ökonomien selbst organisiert haben, und sich damit schmücken – in Europa.

Für Leipzig. Für Creative Leipzig!

> BASTIAN LANGE, 36, ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Leibniz-Institut für Länderkunde in Leipzig, wo er das EU-Pro-



jekt »Accommodating Creative Knowledge« bearbeitet. Er hat Geografie und Ethnologie in Marburg und Alberta (Kanada) studiert. Seine Forschungsschwerpunkte sind unter anderem Cultural Industries, Metropolen-, Milieu- und Szeneforschung.  
> [www-ifl-leipzig.de](http://www-ifl-leipzig.de)  
> [www.bastianlange.de](http://www.bastianlange.de)